

LÁNYI GUSZTÁV

Kampányjátszmák

*A 2002-es magyar országgyűlési választások néhány politikai-pszichológiai tanulsága**

A 2002-es tavaszi választások a hazai politikai élet résztvevőit – politikusokat és (választó)polgárokat – sajátos (nem kevés értékelő vélemény szerint *szokatlan*) „aktivitásra” serkentették. A politikusok, a politikusbjelöltek kampányoltak, a választópolgárok pedig választottak. De valóban mondhatjuk-e azt, hogy a „kínálat” és a „kereslet” találkozott? Ám mivel ez a kérdés – és ilyen általánosan feltéve – általában is a politikai választások egyetemes problémájára utal, szűkítsük a megközelítés látószögét. Vagyis most arra hívom fel a figyelmet, hogy a plurális polgári demokráciákban minden politikai választás a „kínálat” és a „kereslet” feszültségében mozog, ezért a kampányidőszak szükséges tartozéka a demokratikus politikai életnek. A kampány ugyanis a politikai választások alternatíváit kidolgozó komplex tevékenység, olyan tevékenység, amelyet a politikai piac „kínálati oldalán” állók fejtenek ki a „vásárlók” kegyeinek elnyerése érdekében. Az eladók arra törekednek, hogy árujuk –

* Kampánypsichológiai megfontolásaim elméleti alapjaihoz lásd Lányi (2001), a korábbi választásokról és kampányokról pedig részletes elemzéseket adok a következő munkámban (lásd Lányi 2001a). – Az itt következő elemzés kibővített szövegvariánsa egy 2002 januárjában írt tanulmányomnak (lásd Lányi 2002). – Köszönettel tartozom „kampányfigyelő stábornak”: azon tanítványaimnak, akik politikai pszichológiai kurzusaimon a 2002-es tavaszi választások pszichológiai megfigyelésére és elemzésére is vállalkoztak, így mindenekelőtt Mészáros Zoltánnak (ELTE BTK szociológia szak), Littvay Leventének (ELTE ÁJK politológia szak) és Pintér Ádámnak (PPKE BTK szociológia-történelem szak).

önmaguk, pártjuk és eszméik – minél kelendőbbek legyenek, a vásárlók pedig azt szeretnék, hogy a vásárolt áru kielégítse szükségleteiket, várankozásaikat, reményeiket, érdekeiket. A kampány politikai (gazdasági) célja tehát a kölcsönös haszonmaximalizálás: a kampányolók a minél több szavazat megszerzésében reménykednek, a választópolgárok pedig szeretnék jó kezekben tudni saját politikai képviselőiket (Johnson 1999: 100-173, Lipset 1995: 207-302, Newman 1999, 2000).

Ennek a kölcsönös haszonmaximalizáló törekvésnek a sok-sok összetevő között – a politikai kultúra részeként – *pszichológiai komponensei* is vannak. A politikus(jelölt) és a választópolgár a politikai piacon ugyanis *találkozni* szeretne egymással, ez pedig – többek között – olyan *kommunikatív* folyamatot feltételez, amelyben a *személyiségek* egymásra hatása a legfontosabb tényező.

A politikai választások tétje persze a győzelem és a vereség: a hatalom megszerzése vagy elvesztése. A hatalom megszerzéséért (megtartásáért, visszaszerzéséért stb.) igencsak változatos eszközöket lehet alkalmazni – ezek közül a pszichológia kétségtelenül nem a legrégebben alkalmazott (és semmiképpen sem véres) „fegyver”.

A politikában azonban, akár a csatatereken, mindenekelőtt győzni kell, ám a politika – s kivált a *modern polgári demokráciák* keretei között legitim politika – csak *szimbolikus csatatereken* zajlik; választási küzdelmek során például a tévében, újságok hasábjain, politikai gyűléseken. A politikai érzelmek ugyan látványosan fortyoghatnak, kemény szócáták dülhetnek, ám a bennük kavargó „ősi” indulatok a *nyilvánosság színpadán* átfőrnélődnak (szublimálódnak, racionalizálódnak stb.), vagyis az indulatok eredeti zabolátlan érzelmi hőfoka lecsillapul. Ezért a modern polgári demokráciákban kialakult és rendszeres időközönként megismételt politikai választások során a lehetséges győzelem – és másfelől a vereség – nem (lehet) teljes, mert a „győztes” nem élet és halál ura, nem öntethet ólmot a vesztes fülébe, szemét sem szúrathatja ki – legföljebb a szavazatok több mint ötven százalékát birtokolhatja (a következő választásig). Ez persze nem lebecsülendő eredmény, de valójában még az ilyen „nagyarányú” győzelem is azt mutatja: a modern polgári demokráciákban a „győzelem” soktényezős játszma erőterében alakul ki, s valójában *nincs egyértelmű győztes* (és vesztes). Ezért a „győztes/vesztes” vérgőzös látomásai és vértolulások indulatai a józan és prózai realitás *piaci kalkulációiba* hullnak alá – még Magyarországon is.

Magam ebben az írásomban (is) amellet fogok érvelni, hogy nálunk is lehetséges a kulturált kampány – ennek szerves részeként fontos tényezőnek tartom a pszichológiai kulturáltságot is –, miközben és éppen ezért igyekszem rámutatni a problémákra is. Azt fogom vázolni, hogy a kampány *harc*, de nem (pol-

dául a közszereplő politikusok és családtagjaik, vagy velük valamilyen kapcsolatba került más szereplők „magánéleti” bizonyodalmi, szerelmi, szexuális botlásai stb. válhatnak ennek a tematizációnak a martalékává. A nyilvános témakonstrukciókkal kapcsolatos stratégiák legfontosabb tétje éppen ezért nem más, mint a téma elhelyezése a „köz-magán”-skálán (Heller és Rényi 1997).

A tematizációs játszma része lehet – és éppen ezért kampánypszichológiai szempontból fontos felmérni –, hogy a politikus(jelölt) mennyire „támadható”. A magánéleti háttér – partner(ek), család, szenvedély(ek), rossz, netán deviáns szokások, betegségek stb. – rendezettsége/rendezetlensége a politikai küzdelemben szükségképpen szóba kerül(het). A támadható területek, témák a pozitív arculatformálást is veszélyeztet(het)ik. Például a Fidesz arculatformálásának nem használt Deutsch Tamás házasságon kívül született gyermeke. A kemény kampányküzdelmekben ráadásul arról is szó lehet, hogy mintegy „kukucskáló szemet” meregetve a szolid(nak feltételezett) választópolgár elé teregetnek „intim részleteket”: például Orbán Viktorból „Viktorka” lett (dr. Kende é. n.: 238–246), vagy az Orbán-családról fotókkal illusztrált melléklet jelent meg egy erotikus lapban stb.

A politikai (tömeg)kommunikáció további jellegzetessége az a sajátos összefüggés, ami a köztémák artikulálásával kapcsolatos: a megnyilvánulások akkor szabályosak és legitimek, hogyha azok valamilyen *kollektívumra* vonatkoznak, valamilyen fokon *univerzalizáltak*, tehát a közvetlen személyes mozzanatoktól mentes, *megtisztított* témakonstrukciók. Ugyanakkor a kollektívumra utaló témakonstruálás nem lehet mégsem személytelen, a témakonstruálás szükségképpen *perszifikáló*: személyek reprezentálják – ez képezi a politikai magatartás dinamikus feszültségét és egyben a kampány pszichológiai „manipulációinak” (az arculatépítés/rombolás) lehetőségeit is. A politikai (tömeg)kommunikáció egyik legfontosabb dramaturgiai terméke ezért egy sajátos szociálpszichológiai (mű)termék: a *politikai arculat*.

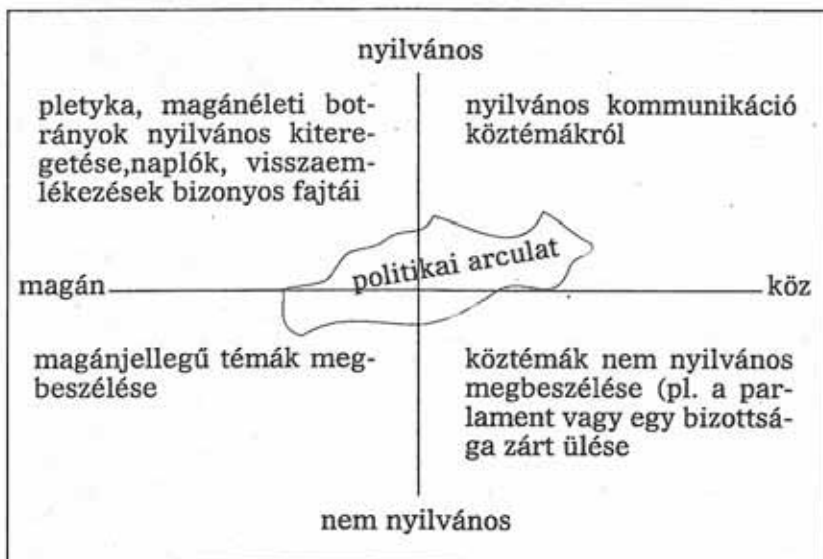
AZ ARCULATFORMÁLÁS JÁTSZMÁJA

A politikai arculat – miként ezt az 1. ábrán igyekeztem is érzékeltetni – olyan tömegkommunikációs képződmény, amely elsősorban a köztémákról szóló nyilvános kommunikáció sajátos „kísérőjelensége”. Az is látható – és fentebb néhány példával ezt illusztráltam –, hogy nemcsak „köz”-, hanem „magán”-témák is alkothatják a *tematizációs játszmák* világát. Továbbá a nyilvánosság kontrollja behatolhat a „nem nyilvános” köz-és/vagy magántémák világába is: a magánéleti vagy üzleti, po-

gár)háború, nem gyilkos ütközet, csak *arculatformáló* (építő/romboló) küzdelem. A 2002-es tavaszi választások kapcsán a politikai küzdelem *játszmáit* igyekszem szálaira bontani.

A TEMATIZÁCIÓ JÁTSZMÁJA

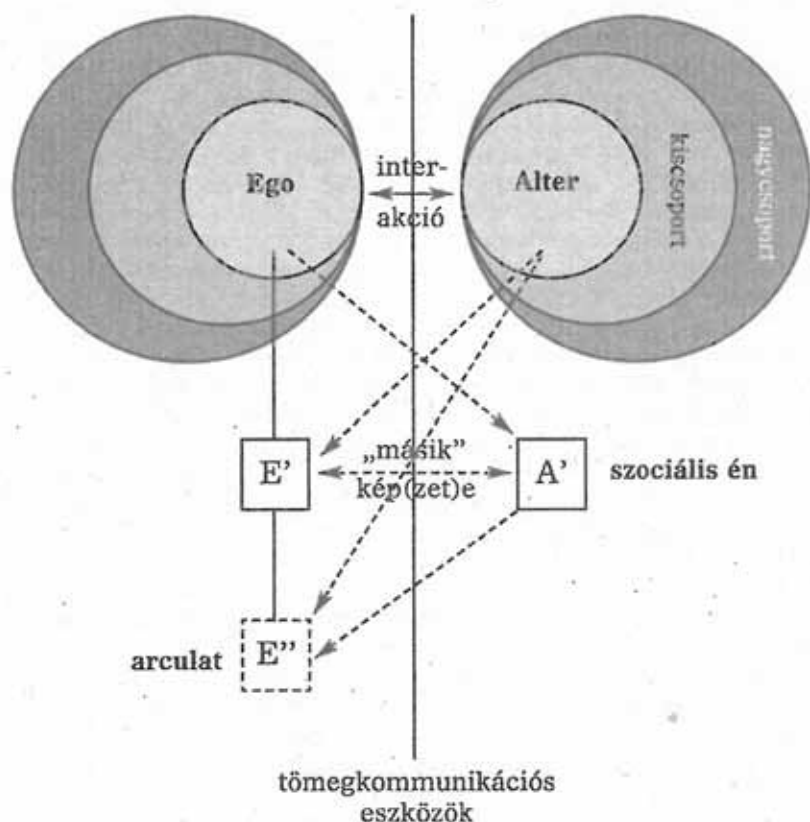
A polgári demokratikus politikai kultúrán alapuló kampány egyik legfőbb pszichológiai sajátossága a tematizáció szimbolikus univerzumának meghatározása. Az a *tűnemény* ugyanis, ami a mindennapi politikai cselekvések látványos vagy kevésbé látványos, mindenesetre *megmutatkozó* oldala, egy sajátos világ, olyan, amely a politikai nyilvánosság szerkezeti rendjében helyezhető el. Ez a szerkezeti rend pedig nem más, mint a (tömeg)kommunikációs tér szerkezete. (Lásd az 1. ábrát.)



1. ábra. A tömegkommunikációs tér szerkezete

A (tömeg)kommunikációs tér. A kommunikációs tér vízszintes tengelyét a *kommunikáció tematikus tartalma* (köztéma-magántéma), függőleges tengelyét pedig a *kommunikációhoz való hozzáférés, illetve a hozzáférés kontrolljának mértéke* (a nyilvánosság fokozatai: nyilvános-nem nyilvános) jelölik. A kommunikációs tér funkcionálása nem más, mint a nyilvános *témakonstrukció*: az interakciós partnerek a helyzet és önmaguk definiálásával létrehozzák egy-egy téma *vándorútját* is. Tipikus út a *magánélettől a közéletig* ívelő témakonstruálás. Példá-

litikai élet „titkai” lepleződhetnek le, a politikusok, újságírók előszeretettel kutakodnak a politikai riválisok vagyonyilatkozataiban, üzleti érdekeltségeiben, politikai előéletében stb. Így például Medgyessy Péter lobbitevékenysége, vagyona stb. a Fidesz-kampányban igencsak nyilvánosságra került, a kampányjátzsma részeként persze a legkülönbözőbb magyarázkodások és ellenakciók (például az Orbán-bányák ügye) szcenáriója jelezte e területek témakonstrukciós lehetőségeit.



2. ábra. A politikai arculat

Szociálpszichológiai szempontból azonban inkább arra az összefüggésre hívom fel a figyelmet – és ezt a 2. ábrán igyekszem illusztrálni –, hogy a politikai arculat valójában egy különös interakciós képződmény. Nem más, mint a szociális énről (tehát nem a tisztán „belső” pszichikus rétegekről, például az „ösztön-énről”) a tömegkommunikációs eszközök segítségével levált, az

egyoldalú kommunikáció által létrehozott, a plurális és poszt/modern polgári demokráciák politikai nyilvánosságában funkcionáló *arte-faktum*, amit a választók megnyerése, a szavazatmaximalizálás érdekében „csomagolnak” (Lányi 1999: 319–320).

Miként a 2. ábrán láthatjuk, az „arculat” társaslélektani *természetes alapja* a valóságos interakció, csak míg a szokásos személyközi kapcsolatban kétoldalú, vagyis kölcsönös kommunikáció zajlik, addig a poszt/modern plurális demokráciák politikai nyilvánossága egy olyan színpad, ahol a kölcsönös kommunikáció egy technikai apparátus, a tömegkommunikációs eszközök révén *áttételes*. Ezzel azonban létrejön egy különös és viszonylag önálló „játéktér”, ahol mintegy szabadon, ám korántsem minden korlát nélkül lehet „csomagolni”, azaz eladhatóvá, kívánatossá lehet tenni az „árut”: a politikust, a pártját és eszméit.

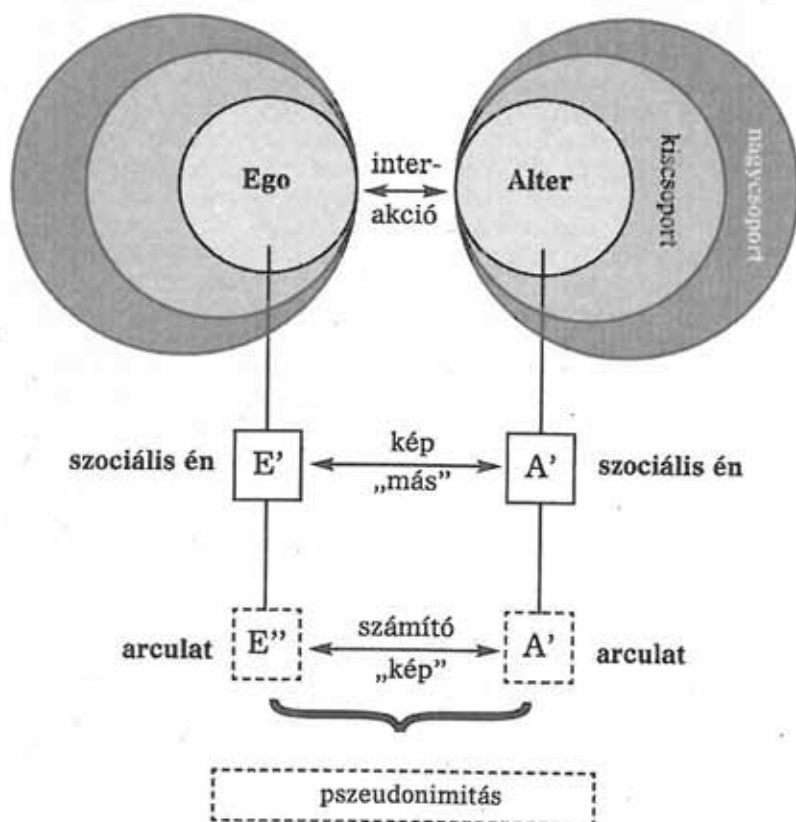
Személyisége, „arca” persze minden kor (kisebb és nagyobb vezető) politikusainak volt, elvégre például Julius Caesar és Napóleon is igencsak vonzotta és/vagy taszította kortársai politizáló közönségét, mint ahogy Rákosi Mátyás is szerette az érett búzakalász morzsolgatása közben fényképeztetni magát, de Kádár János „párt-gyűrött” arca is, mondhatni, egy egész korszakot jellemezhetett. Ám ezek az „arcok” lehettek hatásosak, jellegzetesek, sőt jelentősek is – nem „arculatok” voltak. Nem a szavazatmaximalizálás érdekében, részben mesterségesen, többnyire tömegkommunikációs eszközökkel létrehozott artefaktumok voltak (noha ezeket a technikákat a XX. században már használhatták), hanem a valóságos vagy hazug (a személyi kultusz szolgálatába állított: „agitpropos”) karizmatikus uralkodás alattvalók fölötti reprezentációiként funkcionáltak.

A poszt/modern plurális demokráciák politikai nyilvánossága ezzel szemben egy olyan színpad, ahol nem az „uralkodó(k)” és az „alattvaló(k)” többnyire véres küzdelme folyik, hanem a „politikus(ok)” és „választópolgár(ok)” jobbára a haszonmaximalizálás érdekében kifejtett játszmái. Mármint a politikai arculat olyan (tömeg)kommunikatív termék, amely a haszon-, azaz a szavazatmaximalizálás funkcióját teljesíti.

A poszt/modern plurális demokráciákban a politikai nyilvánosság technikai modernizációjának igen látványosan és hatásosan megnyilvánuló újabb fejleménye a számítógépes (az internetes), a mobiltelefonos kommunikációs eszközök által biztosított lehetőségek fel- és kihasználása. Ám azt is látnunk kell – s ez megint csak inkább pszichológiai tanulság –, hogy ezek az eszközök nem egyszerűen csak a technikai modernizáció, hanem a modern politikai nyilvánosság *tartalmi lényegének* felerősítését teszik lehetővé. Ez pedig – különösen az internetes kommunikációban – nem más, mint a hálózati névtelenségben mintegy játékosan fel- és elszabaduló *énprezentálások* s az ehhez kapcsolódó politikai játszmák lehetősége. Az internetes

pszeudonimitás ugyanis egyrészt az „arculatok” szinte végtelen számú formálását teszi lehetővé, másrészt pedig a hagyományos tömegkommunikációs eszközökben kialakult egyoldalú kommunikációt át-, azaz visszafordítja a kölcsönös kommunikációba (lásd a 3. ábrát).

A hálózati pszeudonimitásban lüktető virtuális valóság egyik legfőbb s a mi elemzésünk szempontjából különösen fontos sajátossága: a középpont-nélküliség. A politikai világ pszichológiai sajátosságait is hatásosan formáló tényezőről van szó, ugyanis a középpont, a margó, a linearitás, a hierarchia fogalmára épülő konceptuális szerkezetet felváltja a multilinearitáson, a csomópontokon, a kapcsolóelemeken (links), a hálózatokon alapuló többjelentésű világ. A számítógépek hálózataiban élő „szöveg” (kép, hang, írás) – a *hypertext* – olyan korlátlanul újrapontosítható rendszerként szolgál, melynek ideiglenes fókuszpontját a felhasználó (az olvasó, aki maga is – éppen ezért – al-



3. ábra. Az internetes pszeudonimitás

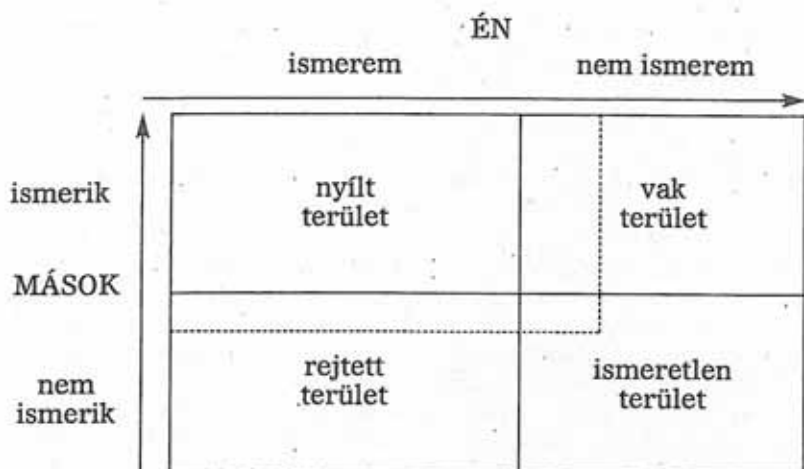
kotó) jelöli ki. Ezzel megteremti maga számára azt a világot, amelyben a választott „középpont” jelentéssel bír – ez (is) a poszt/modern és információs társadalom, a „homo politicus networkienses” *demokratikus politikai potenciája* (Karácsony 2001, Nyíri 1999, 1999a: 126–128, Suler é. n.).

A 2002-es politikai kampány Magyarországon is bizonyította: a politika világa is megkezdte „araszolását” az információs társadalom felé.

Kampánypsichológiai szempontból azonban egyelőre inkább az mutatkozott meg, hogy a kampányolók némi szerepzavarral is küszködtek: elfogadták meg nem is, hogy a poszt/modern politikai kultúra nélkülözhetetlen része a tudatos politikai arculatformálás. Ez azonban nem morális kérdés (noha természetesen van ilyen vetülete is), hanem – mondhatni – piaci szükséglet. Az „ösztönös” adottságok, képességek, szóval a nyers valóság kevés. A rendszerváltó Magyarország politikai kultúrájában ez lényegében csak 1998-tól, a Fidesz-kormányzat gyakorlatában vált először a széles politikai nyilvánosság számára is észlelhetővé. Jellemző módon ez a „korszakváltás” a hazai politikai életet nem egyszerűen kormánypárt(ok) és ellenzék szokványos törésvonala szerint tagolta, hanem a (párt)politikai kultúra nyitottsága és zártsága mentén. A Kisgazdapárt például inkább a hagyományos pártszimbólumaival, illetve a szintén hagyományos demonstrációk tömeglélektani hatásmechanizmusaival élt – nem beszélve persze Torgyán József különleges kommunikatív attrakcióiról. Ugyanakkor persze a Fidesz arculatrombolása terén az egyébként modernizációs szándékait erőteljesen hangoztató MSZP és SZDSZ keményen támadta a fideszes „országimázs”-építést. Orbán Viktort pedig a média szemszögéből nézve „majdnem abszolút profinak” tartották – azért csak „majdnem” (és mégsem „abszolút profinak”), mert egyfajta moralizáló kritikái hevülettől hajtva támadták a „manírt”, a „fölvett szerepet” stb. (lásd dr. Kende 2002: 265–266 – a politológiai általánosítás szintjén Kéri 2000: 290–335).

A HATÁRMEGVONÁS JÁTSZMÁI

A politikai arculat mint sajátos (tömeg)kommunikációs artefaktum – mint már fentebb is jeleztem – a valóságos személyközi világba ágyazott, ezért oda vissza is vezethető pszichológiai alapokkal (is) rendelkezik. Vagyis azt mondhatjuk, hogy a politikai nyilvánosságban oly fontos szerepet játszó *látzatok világa* mint pszichológiai probléma az interakciós tér szerkezetéhez köthető dinamikus képződmény: a *nyílt*, a *rejtett*, a *vak* és az *ismeretlen* területek feszültségében létrejövő jelenségvilág. A 4. ábra – az úgynevezett *Johari-ablak* – segítségével a következő módon szemléltethetjük az összefüggéseket:



4. ábra. A személyközi tér.

(Joseph Luft és Harrington Ingham nyomán, vö.: Barlai é. n.: 26, Rudas 1990: 38)

A 4. ábra azt mutatja, hogy bármely – így értelemszerűen a politikai tér szereplői között is funkcionáló – interakciós partnerek dramaturgiája lényegében egy kétdimenziós diagram *pszichológiájában* mozog (pontosabban ezen diagram szerint [is] interpretálható). Az egyik dimenzió az *alany* (ön maga és mások), a másik dimenzió az önismeretszerzésre vállalkozó (vagyis az interakciós folyamatban ezt valamilyen mértékben mindenképpen végrehajtó) *személyről való tudás* (ismert vagy nem ismert). Ezen két dimenzió mentén az interakciós tér dramaturgiai szerkezete négy mezőre tagolódik:

(a) a *nyílt terület* – ennek az a sajátossága, hogy észlelhető és mások számára ismert tulajdonságainkból, viselkedésünkből áll;

(b) a *rejtett terület* – itt olyan érzések, gondolatok, viselkedések, tények találhatók, amelyeket szándékosan elrejtünk mások elől;

(c) a *vak terület* – ez mások által észlelhető viselkedésmódjainkból, cselekvéseinkből áll, de ezeknek mi magunk nem vagyunk tudatában;

(d) az *ismeretlen terület* – olyan terület, amelynek sem mi, sem mások nincsenek tudatában, s amit a tudattalannal azonosíthatunk.

A négy mező közötti határok természetesen nem rögzítettek, nem átjárhatatlanok, hanem – és éppen ez a lényegük – nagyon is

változhatnak. Ebből adódik a személyközi érintkezések dinamikája, az is, ami minket közelebből érdekel: a politikai magatartás dramaturgiája, mindenekelőtt az a sajátossága, ami a *politika teátrális és színpalak mögötti világa sajátos kettősségében* ragadható meg, így például és többek között a *titok és a nyilvánosság* feszültségében megmutatkozó szerepszerű viselkedésben.

Kampánypsichológiai szempontból tehát nem az a probléma, hogy az „arculat” szerep, hanem az, ha a szerepjátszás nem lehet, ha nem hiteles. Márpedig azt is látnunk kell, hogy a politikai teatralitás és a színpalak mögötti világ között mindig van egy „rés”, ami ingataggá teheti a nyilvános szereplő szilárdnak tűsző tartását. A kampány egyik nagyon fontos ütközési felülete ebből adódik: ki tudja a másik mutatóiban található (azaz elfedni szándékozott) „rést” tágabbra feszíteni. A Fidesz-kampány Medgyessy Péterrel kapcsolatban például arról (is) szólt, hogy a szocialisták miniszterelnök-jelöltje valóban olyan „igazi szociáldemokrata”-e, ahogyan ezt ő és az MSZP szerette volna láttatni, vagy csak egy olyan ember, aki – mint egész életében mindig, most is – „lábujihegyen áll”, szóval, aki karrierista kapzskodó, önhasznát ügyesen építgető lobbista? (Végh 2001)

És persze az MSZP-s, SZDSZ-es kampány sem volt kíméletes a „rés-tágító” mutatóiban: a Fidesz-Magyarország, nem ország – mondták -, csak egy „pohos világ, sovány világ”, olyan sovány világ, ahol azonban a Fidesz-klientúra – és persze az Orbán-család – szemérmetlenül gazdagodik (dr. Kende 2002: 209–237, 250, Lengyel 2002).

A politikai felszín látványos ütközéseiben azonban azt kell látnunk, hogy a nyilvánosság és a titok közötti távolság ugyan csökkenthető, de végül is teljes mértékben nem feloldható. Természetesen nem arról van szó, hogy a jogi értelemben vett (politikai) bűncselekmények így igazolhatók lehetnének, hanem arról, hogy a kampány konfliktusos erőterében a szereplők hajlamosak egymást „címkézni”. Ez pedig csoportdinamikai szempontból nem más, mint határmegvonás.

Az interakciós tér, mint *pszichológiai mező* tehát olyan dinamikus *alakzat*, amelyről azt mondhatjuk, hogy a folyamatos *határkonstruálás* mozgatja. Csoportdinamikai metszetben a következő három *határalakzat-változást* lehet megkülönböztetni:

a régi határok felolvadnak, *átjárhatóvá* válnak, ésszerűségüket, helyességüket, használhatóságukat stb. kétségbe vonják;

az interakciós tér szereplői új ismeretekhez és belátásokhoz jutnak önmagukról és a „másikról”, új tudásukat és ennek megfelelő döntéseiket beépítik viselkedésükbe, az eltűnt vagy átjárhatóvá vált *határok máshol, másféle alakzatban, de megint kezdenek láthatóvá válni*;

és végül az új szinteken kialakuló új határokat az interakciós tér szereplői újrafagyasztják, a *láthatóvá vált határok kontúrjait megerősítik*.

A SZEREPÉPÍTÉS ÉS -ROMBOLÁS JÁTSZMÁI

Ezért tehát igen gyakran valóban „látványosan” is megmutatkozik, hogy a poszt/modern polgári demokráciák politikai színpadán bemutatott produkció nem más, mint a politikai vitákban tematizálódó szerepek eljátszása. A politikai vitákban négy alapszerepet tematizálnak: az *idegen*, az *ellenség*, az *ellenfél* és a *szövetséges* szerepét (Szabó 1997: 340–384).

A **politikai idegen**: az személy, aki az adott politikai tér határain kívül, a valóságos és persze a szimbolikus határokon túl él. A poszt/modern polgári demokráciák színpada olyan interakciós tér, ahol az „idegen” mint ilyen egyre kevésbé tűnik fenyegető és romboló erőnek, mindazonáltal teljesen nem iktatható ki onnan sem. Hogy mennyire nem, azt éppen a 2001. szeptember 11-ét követő fejlemények is igazolhatják: a „terrorista” diabolikus figurájának megjelenése.

A politikai idegen poszt/modern – és ezért bizonyos fokig „örök” – dramaturgiai funkciója a „kifelé” mozgás/mozgatás dinamikájában érhető tetten. Az adott (legitim) politikai tér körvonalai, azaz *belső világa* is csak valamiféle, noha esetleg spiritalizálódott, átjárható, mintegy illékonyan megfoghatatlan *határ(ok)* megvonásával történik.

A **politikai ellenség**: a történeti hagyományok mentén, jobbra a származás (faj, vallás, nemzetiség, a nem és nem utolsósorban a vagyon) által generált *határkonstrukció*. A „határ” két (vagy több) oldalán álló szereplők egymást azon „másiknak” tartják, akit *minden áron le kell győzni*. Az „ellenség(ek)” archetipusos terepe: a *háború*.

A poszt/modern politikai demokráciákban már nem annyira az archaikus származás mentén konstruálódik az „ellenség” szerepe, ám egyfelől ezek „emléke”, másfelől különböző transzformációi (elaborációk, szublimációk stb.) megmaradnak. Az ellenség szimbolikus (nyelvi, retorikai) konstrukciója *időlegetesen markáns határvonások* mentén szabdal(hat)ja fel a politikai interakciós mezőt. A szimbolikus határvonás eszközei többek között az ideológiai, világnézeti értéktételezések és -attribúciók, valamint pszichológiai, morális jellemvonások (vagyis „emberi” tulajdonságok) felhasználásával történő *minősítések, címkézések*. A világnézeti határkonstruálás egyik tipikus eljárása a „rend és a káosz” tematizációja: annak kifejtése, *képviselte*, hogy a „mi világunk” a rendezett, a jó stb. – az „ő világuk” viszont kaotikus, rossz stb.

Az „ellenség” azonban nem szubsztanciálisan „külső”, mint az idegen, ezért nem is nevezik *nyíltan* annak, hanem különböző kerülőutas eljárásokkal csak felruházzák – *minősítik, címkézik* – a „másikat” az ellenségre jellemző ártó szándékkal, fogyasztékos emberi tulajdonságokkal, például megkérdőjelezzik politikai és emberi identitását, demokratikus elkötelezettségét, eszét,

jellemét, lelki integritását stb.

Tanulságos, ahogy Orbán Viktor áttételes – a személyes és a politikai barátságon keresztül manőverező – arculatrombolása céljából Kövér Lászlóról írt dr. Kende: „Ellenfelei szerint valószínűleg már kisgyerekkorától súlyosan patológikus elmebeteg lehet. Ez nem igaz.” De ha nem igaz, csak az ellenfelek találták ki, akkor miért kell dr. Kendének – nem orvos lévén – keményen pszichiátriai diagnózisokkal foglalkoznia? (Arról nem is beszélve, hogy ha orvos vagy klinikai pszichológus lenne, akkor kötné az orvosi titoktartás.) Természetesen azért, hogy címkézzon, ezt írja ugyanis – mint hangsúlyozottan nem ellenfél – Kövér Lászlóról: „Egyetemi hallgatóként, szakkollégistaként csak az volt kicsit furcsa, hogy mindig mindenben borúlátóbb volt a többiekénél. Rágódó, sokat töprengő, mindenfélét magában hosszú-hosszú ideig érlelő típusú fiatalember volt. Friss diplomás kutatásszervezőként – az MSZMP Társadalomtudományi Intézetében! (így felkiáltójelesen: ez egy kis közbenső szűrés az antikommunista Kövér Lászlóba) – megbízható, jó munkaerő volt, kellemsen ki lehetett vele jönni. – Hát igen – mosolyogták meg rendszerint a kollegái -, a Laci mindent sötétben lát, kizárólag pesszimista interpretációkra képes, állandó tragédiaképek gyötrik. – De közben jóban voltunk vele, kedveltük – emlékszik egyikük. – Ez a borúlátás csak 92–94 között alakult át politikai főbiákká, aztán 95-ben paranoiává erősödött” – sújtott le a végzetes(nek szánt) (ál)pszichiátriai diagnózissal (névtelenségben hagyott egykori kollegát idézve, tehát pletykálkodva) Kende Péter dr. (i. m. 250).

A politikai ellenfél: az interakciós téren *belül* konstruálódó szerep. Nem ellenség, de *rivalis partner*. Az ellenfelek egymással küzdenek, ám nem a „végső győzelemig”, a másik teljes megsemmisítéséig, hanem a megegyezésig, valamiféle – időleges – konszenzusig. Sőt, az ellenfél potenciális szövetséges is. A poszt/modern politika színpada éppen ezért olyan interakciós tér, ahol a színjáték nem áll másból, mint az „ellenfél” és a „szövetséges” szerepek váltogatásából.

„Riasztó” kombinációk –

a szavazat- és hatalommaximalizálás (kis) magyar játszmái

Nálunk ez még sok tekintetben nincs így, mindazonáltal éppen a még kialakulatlan határok okán inkább „riasztó” kombinációk formájában szoktak ezek az alternatívák felbukkanni. A rendszerváltás kezdetén ilyen volt az MDF-SZDSZ koalíció lehetősége (a „paktum” is sok vitát gerjesztett), nemkülönben elképzelhetetlen még – és joggal – a Fidesz-MSZP nagykoalíció. Mint igazi pre- és posztmodern politikusról, egyedül Torgyán József-ről röppentek fel olyan mendemondák, hogy még az MSZP-vel is hajlandó lenne koalíciót kötni stb. Torgyán József komolyta-

lan(nak tetsző) megnyilatkozásai mellett ugyanakkor a Centrum Párt sajátosan lavírozó manőverei – például egyes kereszténydemokrata politikusok „kiegyezése” a szocialistákkal – a (kis) magyar politikai játszmák tanulságos színfoltja volt.

A politikai felszín látványos kombinatorikája valójában azonban arra utal már nálunk is, hogy a legitim politikai pártok határmegvonásait nem a totális ideológiai érdekek, hanem a szavazatszerző piaci optimalizálás motiválja inkább. A Fidesz „árulása” (a liberális oldaltól való eltávolodása, s a jobbközép konzervatív szerepvállalása) ezt egyébként már korábban is szépen demonstrálta, persze afféle SZDSZ-es búbanatos körítéssel. Másfelől az SZDSZ „árulása” és végül az MSZP-vel kötött koalíciója a Fidesz-keserveket növelte 1994 és 1998 között – csak az a kérdés: ki kötött jobb üzletet, vagyis kinek sikerül(t) inkább a szavazatmaximalizálás? A 2002-es választások végeredménye azt mutatja, hogy ugyan a Fidesz inkább képes volt a szavazatmaximalizálásra, az SZDSZ – bár az 1998-as eredményeihez képest is kevesebb szavazatot szerzett – a hatalommaximalizálás játszmájában viszont nyerőnek bizonyult (2002 áprilisában)!

A politikai vita

Az „ellenfelek” által előadott szín(i)játék individuális indíttatású, ám „közösségivé” transzformált cselekvés: szimbolikus jelentésadással az egyéni akarat(ok) – az *énprezentálás*ok révén is (Goffman é. n.) – általános érvényességre törnek. Ezeknek a politikai játszmáknak az igazi dramaturgiai terepe a *politikai vita*. A kampány egyik és talán legfontosabb, mindenestre leglátványosabb „csúcsa” szokott lenni a jelöltek, a rivális partnerek személyes – de persze a médiák által is közvetített – találkozása: *vitája*.

Mivel a politikai szerepeknek van egyfelől *általános* (absztrakt), másfelől pedig *konkrét* (partikuláris) jelentése, az interakciós tér szereplői – akik történetesen „ellenfelek” – a *küzdelem* és a *vita* dramaturgiai szabályai szerint különböző *játszmákban* mérik össze erejüket. Vagyis például az absztrakt „konzervatív” és/vagy „szocialista” stb. szerepeket úgy igyekeznek definiálni, hogy az a valóságos, konkrét személy, akire vonatkoztatják, lehetőleg minél kényelmetlenebbül, sőt rosszul érezze magát benne.

(A *középre tartás játszmája*) A küzdelem és a vita tehát arról folyik, hogy ki milyen ellenfél – és ellenfél-e egyáltalán. Különösen kampányidőszakban élesedhetnek ki ezek a viták.

Az ellenfél-konstruálás egyik tipikus eljárása: a „középre tartás” játszmája – a vitázó partnerek az ellenfelet igyekeznek a „szélek” felé tolni, magukat pedig a „centrum” terében megtar-

tani. Nálunk például az MSZP igyekszik távolságot tartani a Munkáspárttól, szeretne igazi szociáldemokrata, sőt a „nemzeti közép” értékeit is felmutató párt lenni, nemcsak az MSZMP „utódpártja” – csak hát az ellentábor ezt nem hagyja szó nélkül.

A Fidesz, mint egykor volt radikális generációs párt Magyar Polgári Párt lett, nemzeti és konzervatív értékeket követ, viszont a jobboldali radikalizmustól elhatárolódik – csak hát az ő ellentáborra sem hagyja ezt szó nélkül. Ez különös erővel mutatkozott meg akkor, amikor a Fidesz (és személyesen Orbán Viktor) a választás első fordulója után erőteljes (negatív) kampányba, tömegdemonstrációk szervezésébe kezdett, mert az ellentábor hatásos és erőteljes „démonizálási” manőverekkel igyekezett leszerelni a győzelmüket veszélyeztető „vezért” és „tömeget”.

(A *kószáló szerepek játszmája*) Az ellenfél-konstruálás másik tipikus eljárása a „kószáló” szerepek játszmája – olyan szerepekről van szó, amelyeket senki nem akar magára venni, mégis könnyen ráakasztható az ellenfélre. Medgyessy Péternek például biztosan nem tetszett, amikor a Fidesz-kampányban – ironikus dicséretként – a „kádárista rezsim »legeurópaibb káderének«” titulálták (Torkos 2002). És persze valószínűleg Orbán Viktor sem akarta magára venni – a nem éppen ironikusan dicsérgetve előadott – „kegyetlen terminátor” minősítést, aki ráadásul egyszerre „bolsevik” és „farkas nevetésű mini Duce” (dr. Kende 2002: 153, 272, 308 – a „mini Duce” minősítés Popper Pétertől származik).

A „kószáló” szerepek olyanok, amelyekben nehéz „elismert” ellenfélnek lenni, mert inkább már „ellenség”. A politikai viták dramaturgiai funkciója viszont éppen ebből adódik: a rivális partnerek bemutatják saját erejüket és felméri a másik erejét, képességeit, ezzel pedig alternatívát kínálnak választóiknak – így történt ez 1998-ban a Horn–Orbán, és 2002-ben a Medgyessy–Orbán televíziós vitában is.

A Horn–Orbán televíziós vita

A politikai vitákat pszichológiai szempontból is sokféle összetevő mentén lehetséges elemezni, a mi vizsgálódásunkban azonban csak néhány – ráadásul egyszerűen mérhető, de mégis komplex – *kommunikációs jellemző* segítségével fogom illusztrálni az interperszonális kontroll fontosságát, tehát azt a pszichikus energiát, amely a politikai magatartás szempontjából sem elhanyagolható *meggyőző közlés* egyik feltétele.

1. *A felhasznált idő* – e dimenzió mentén azt találtuk, hogy a körülbelül 105 perces vitából Horn Gyula 56 percet, Orbán Viktor 44 percet beszélt. (A maradék 4–5 perc kérdésekkel és

egyéb, nem a vitához tartozó megbeszéléssel telt.) Ez látszólag Horn Gyula fölényét mutatta.

2. A megszólalások időtartama

(A tábla a leghosszabb megszólalások időtartamát mutatja csökkenő sorrendben)

Horn Gyula	Orbán Viktor
6.20	
5.50	
5.40	
4.45	
	4.40
	4.30
4.30	
4.10	

A fenti tábla azt mutatja, hogy Orbán Viktor megszólalásai-ban jóval nagyobb egyenletességről tett bizonyosságot, ami egy tudatosabb stratégia jele.

3. A monológok hossza (4 perc fölött, 4 perc alatt)

A hosszú monológ (a 4 percen túli) a figyelem csökkenésének veszélyét hordozza. Orbán Viktor erre 1998-ban jobban figyelt!

A monológok hossza	Horn Gyula	Orbán Viktor
4 perc fölött	6 db	2 db
2-4 perc	6 db	10 db
2 perc alatt	13 db	12 db

4. A „kiharcolt” tapsok. A tapsok száma: Orbán Viktor 23, Horn Gyula 20. Ha pedig a tapsok abszolút számát a felhasznált percekkel mérjük össze, akkor a következő eredményt találtuk:

Ezek az eredmények tehát azt mutatják, hogy – 1998-ban – Orbán Viktor hatékonyabban, kevésbé redundáns módon beszélt, és vitapartnerénél jóval gyakrabban volt képes tapsot ki-

	Horn Gyula	Orbán Viktor
Perc / kiharcolt taps:	56 perc / 20 taps =	44 perc / 23 taps =
két taps közötti	2,8 perc	1,91 perc
átlagos idő		

harcolni.

Orbán Viktor 1998-ban nyert. Természetesen nem azt akarom állítani – és a fenti adatok, összefüggések sem ezt bizonyítják –, hogy az 1998-as Fidesz-győzelem egyetlen *kommunikációs „harc tette”* múlt, ám mégsem elhanyagolható hatással lehetett az akkori (és általában a mindenkori) kampány legfontosabb célcsoportja – a bizonytalanok – meggyőzése szempontjából (Kéri 1998: 124).

A Medgyessy–Orbán televíziós vita

2002 tavaszán is volt – nem kevés előcsatározástól fűszerezve – miniszterelnök-jelölti televíziós vita. Az előcsatározások egyébként a vitapartnerek kölcsönös pozicionálásának – azaz a kontroll feltételei optimalizálásának – játszmája volt, a leendő vitapartnerek saját maguknak minél több előnyt, a másinak lehetőleg néhány kellemetlen, zavarba ejtő, tűrhetetlen vagy elfogadhatatlan hátrányos feltételt igyekeztek kicsikarni. A Medgyessy–Orbán televíziós vitát megelőző vita – vita a vitáról – tehát nem volt más, mint a másik pszichikai tűrőképességének előtesztelése. A vita valóságos létrejöttének ugyanis az a feltétele, hogy a rivális partnerek egyike sem legyen a másikkal szemben behozhatatlan előnyös pozícióban, amikor tehát a partnerek úgy érzik: van veszteni valójuk, de győzhetnek is. 2002. április 5-én így és ezért jött létre a Medgyessy–Orbán televíziós vita.

És most akkor nézzük, mintegy összehasonlításképpen is, a már „bemért” dimenzióink mentén ennek a vitának is néhány kommunikációs jellegzetességét.²

1. *A felhasznált idő* – A közel 95 perces vitában mindketten 40 percet használtak fel. (A maradék idő a vitavezető kérdésfeltevéseivel, megbeszéléseivel, a tapsokkal és egyéb kisebb szünetekkel telt el.) A közel azonos időfelhasználás tehát hasonló időgazdálkodási stratégiát és taktikát jelzett.

2. *A megszólalások időtartama* – Egyik félnek sem volt kimagaslóan hosszú megszólalása. Ha az egy percen felüli megszólalásokat vesszük alapul (azért éppen ezt, mert minimálisan egy perc időre lehet szükség kibontani egy témát), akkor az egy perc és az e fölött lévő megszólalások a következőképpen alakultak:

Látható, hogy Orbán Viktor 12-szer, Medgyessy Péter 9-szer tartott hosszabb előadást.

3. A monológok hossza

Medgyessy Péter	Orbán Viktor
1.03	
1.05	
1.06	1.14
	1.25, 1.25
	1.34, 1.35
1.43	
2.06	2.01
	2.27
	2.48, 2.53
	3.28
3.52	
3.53	
4.56	5.02
5.11	
	5.36

Tehát azt látjuk, hogy a vitapartnerek egyformán arra törekedtek, hogy „visszafogják” magukat a különösen hosszú (4 perc fölötti) megszólalások terén. Ha a két határesetet is bele-

A monológok hossza	Medgyessy Péter	Orbán Viktor
4 perc fölött	2 db	2 db
4-2 perc	3 db	5 db
2-1 perc	4 db	5 db
1 perc alatt	36 db	31 db
Összesen	45 db	43 db

számítjuk, akkor Medgyessy Péter közel 4 perces megszólalásainak száma 4-re növekszik. Ha az összes megszólalások időtartamát hasonlítjuk össze, akkor szintén azonos kiegyenlítettséget tapasztalunk.

4. A „kiharcolt” tapsok – Kiharcolt tapsról ez esetben is akkor volt szó, amikor a szereplők nyelvi stratégiája sikeres volt (Atkinson 1995). Ez lehetett egy jól célzott poén, találó vicc vagy tetszetős, szellemes reagálás. Medgyessy Péter az összes tapsból (38 db) 25 kikényszerített tapsot kapott, Orbán Viktor-nál ez az arány 30:22 volt. Ez azt mutatja, hogy Medgyessy Péter mind a két kategóriában enyhe fölényt vívott ki magának. Ha a tapsok abszolút számát a felhasznált percekkel mérjük össze, akkor szintén egy árnyalatnyival Medgyessy Péter fölé-

nye rajzolódik ki. Ha azonban azt vesszük számításba, hogy a kiharcolt tapsokból mennyi volt elsőpró erejű vastaps, akkor szintén nagyon kiélezett verseny mutatkozott, mely Orbán Viktornak kedvezett 7:6 arányban. A különbségek azonban ezen a téren is nagyon minimálisak, vagyis ez a paraméter is azt mutatja, hogy a felek igen kiélezett vitában voltak. Medgyessy Péter ugyan általában nem csillogó rétoriként szerepelt a kampány időszakában – amit a Fidesz-kampány jó taktikai érzékkel Medgyessyre nehezedő pozicionáló nyomással erőteljesen tematizált is –, a televíziós vitában mégis (az általunk mért dimenziókban is) egyenlő partnernek bizonyult az egyébként (a Fidesz-kampányban természetesen hangsúlyosan súlykolt) kiváló retorikai képességű Orbán Viktorral szemben.

A fenti dimenziók mentén mérve a Medgyessy–Orbán televíziós vitát, azt mondhatjuk tehát, hogy a rivális partnerek olyan kampányjátzsma szereplői voltak, akik – saját képességeik,

	Medgyessy Péter	Orbán Viktor
Perc / kiharcolt taps:	40 perc / 25 taps =	40 perc / 22 taps =
két taps közötti	1,6	1,8
átlagos idő		

adottságaik lehetőségein átszűrve – eredményesen alakították a közönség számára a kompetens, eredményes vezetői arculatot. A Gallup Intézet felmérése is ezt az összefüggést igazolhatja, noha – és ez éppen pszichológiai szempontból figyelemre méltó – árnyalatnyi eltérést is diagnosztizálva. A vitát követő közvélemény-kutatás ugyanis azt találta, hogy a vita során Orbán Viktort 14%-kal többen tartották meggyőzőbbnek, mint Medgyessy Pétert, viszont Medgyessy Pétert 39% találta szimpatikusnak, míg Orbán Viktort 37%. (Lásd www.Gallup.hu) Orbán Viktor tehát egy fölényesebb és magabiztosabb, meggyőzőbb pozíciót harcolt ki magának, aki azonban – talán éppen ezért – nem tudta a „szimpatikus(abb)” Medgyessy Péter hétköznapiabb, egyszerűbb „átlagemberi” szerepalakításait ellensúlyozni. Természetesen most sem azt állítom, hogy ezek a „lágy” pszichológiai tényezők eredményezték végül is az MSZP – és személyesen Medgyessy Péter – győzelmét, ám miként 1998-ban, 2002 tavaszán sem zárhatjuk ki ezen hatások (nem csekély) determináló erejét. (Azt pedig mindenképpen fontosnak tartom, hogy felhívjam a figyelmet ezekre az összefüggésekre!)

A politikai szövetséges. Végül írnom kell a kampányoló játszmák közül a politikai szövetségépítés jellegzetességeiről is. A politikai szövetséges ugyanis olyan szerep, amelyben a partne-

rek egymás kölcsönös pozitív identifikációját végzik el. (A politikai ellenfelek pedig egymás negatív identifikációjában jeleskednek.) A pozitív identifikáció címkéi lehetnek – többek között – az „(elv)társ”, a „barátság”, a „szeretet”, amelyekhez különböző szövetséges szerep(képzet)ek társulnak: a „természetes szövetséges”, az „érdekházasság” és a „népfront”.

A szövetségkötő önképében megjelenik az önkritikus *diskursus minimuma*: aki ugyanis „mindent tud”, nem szokott szövetségest keresni. Az önkritika azonban korántsem a gyengeség jele, hanem olyan dramaturgiai elem, amely éppen a hatékony képviselőt nagyon fontos tartozéka. Adott politikai erőterben ugyanis nemcsak az „ellenfél” kemény kijelölésén múlhat nagyon sok, hanem azon is, ha a szereplők céljaik érdekében képesek szövetséget is építeni: *hódítani, csábítani, meggyőzni és agitálni*. A szövetségépítő játszmák ezért nagyon fontos dramaturgiai eszközei a politikai mező dinamikus építésének.

A 2002-es országgyűlési választásokon is megmutatkozott: az eredményes (illetőleg az eredménytelen) szövetségépítés központi tényezője lehet a győzelemnek (és a vereségnek). Nem részletezve az összes variációt a hazai politikai paletta által kínált lehetőségek közül, csak arra utalok: a Fidesz – többek között – azért is veszítette el (ha minimálisan is) a 2002-es választásokat, mert nem tudta igazi szövetségesének megtartani a Kiszgazdapártot. Talán igaza volt annak a (pszichológus és nem mellelesleg SZDSZ-es) kampányszakértőnek, aki arra mutatott rá: „a formálódó új jobboldal meglehetősen heterogén. Elképzelni is nehéz, hogyan tartható egyben. Hogy fér el ugyanabban a sátorban a fiatal kapitalista és az idős kereszténydemokrata. És akkor még nem beszéltünk a szélsőjobboldalról, a MIÉP szavazóiról. A Fidesz mindent meg akar kapni, de áldozat nélkül. Középtől a jobboldal legszéléig mindenkinek tetszeni akar. Ideológiailag túlterjeszkedett, és így vált sebezhetővé” (Bruck 2002: 23).

Az MSZP szövetségépítő játszmái sem kevés tanulságot mutatnak. 2002 tavaszán is bebizonyosodott, hogy egyfelől belső szerkezeti, szövevényes érdektagoltsága, másfelől külső – mindenekelőtt az SZDSZ felé nyúló – paradox szövetsége olyan, amely ugyan valóságos társadalmi beágyazottságon alapuló erő, miközben még mindig elsősorban *negatív identitáson* nyugszik. Ezt mutatta meg egyrészt a miniszterelnök-jelöltjének kiválasztási folyamata, amit kifelé ugyan igyekeztek „demokratikus” pártszerkezetük hangoztatásával palástolni, a pszichológiai tartalmát illetően azonban nem más, mint a zavar artikulálódása: Medgyessy Péter *nem az MSZP tagja*. Ez a látszólag egyszemélyes paradox határmegvonás azonban annak a jele, hogy az MSZP-nek a múltba nyúló pozitív mítoszok építésére még 2002 tavaszán sem volt lehetősége, ezért a jövőt anticipáló vágyai is könnyen elbizonytalanodhatnak vagy kikezdekhetők, összeszer-

kadhatnak.

A Fidesz és személyesen Orbán Viktor lehetősége a múltba – és a jövőbe – nyúló szövetségépítő pozitív mítosz létrehozására sokkal inkább megvolt 2002 tavaszán is, mint fő riválisának, Medgyessy Péternek, de a korlátjai sem csekélyek. Magyarországi miniszterelnökei sorában (Hegedűs Andrást nem számítva), ő volt a legfiatalabb, de ez a kihívás sokszor generált benne és pártjában is szerepkonfliktusokat – a politikai „vezér” *apaszerepe inkább kényszeres igyekezetben, s nem annyira természetes identitásként mutatkozott meg.*

Ennek a szerepkonfliktusnak mintegy társadalomlélektani szétterülése volt megfigyelhető a kampány által felszított közhangulatban. Igencsak szimptomatikus volt például a Nemzeti Színház új épületének ünnepélyes átadása ürügyén felszínre tört heves és tömény ellenreakció, az elítélő, negatív kampány, amelyet különösen az SZDSZ-közel közvélemény-formáló publicisták, kritikusok, értelmiségiek folytattak a Fidesz kultúrpolitikai gyakorlattá erőltetett „parvenü” ízlése ellen (lásd például Koltai 2002, Vargha 2002 és *Beszélő* 2002, 4: 98–106).

A további témák, események végtelen sorát idézhetném. Például a kormányapológia szolgálatába állított Széchenyi-mítoszt is elemezhetném: a Széchenyi-tervet, a köré szőtt tv-reklámdömpinget, a Hídembert és létrejöttének pénzügyi, forgatókönyv-írói, rendezői, színészi anomáliáit. Nem teszem, mert a politológiai és a pszichológiai tanulságokat nem annyira ezekben az egyébként „színes” (mellesleg korfestő és diagnosztikus jelentőségű) részletekben látom, hanem abban, hogy a rendszer-váltó magyar demokrácia 2002 tavaszán olyan határhoz érkezett, amely régi/új félelmeket és reményeket gerjesztett. A hazai politológia egyik valóban színvonalas politikaelméleti kérdése ugyanis – az Orbán-kormány gyakorlatából kiindulva – a „vezérdemokrácia” igencsak összetett jelentésű mibenlétét firtatja (Körösenyi 2001, 2002), a társadalomlélektani összefüggésekre is érzékeny politikai elemző pedig a kampány nyomán előállott fejleményeket vizsgálva a „tiszteletre méltó tekintély” hiányának következményeivel szembesít bennünket (Csizmadia 2002).

BEFEJEZÉS (HELYETT): 2002-ES (H)ARCULATOK – „A VIKTOR” ÉS „A PÉTER”

A 2002-es tavaszi választások végül is két személy – Orbán Viktor, Medgyessy Péter – és az általuk reprezentált politikai értékek, érdekek választására szűkölt. Akár tetszik, akár nem – ez a realitás.

Magam, aki nem vagyok elragadtatva ettől a „leegyszerűsödött” játéktértől, pszichológusként mégis azt gondolom: a 2002-es tavaszi kampány és választás sok és izgalmas tanulságot hor-

doz. Választópolgárként azért nem örülök a kétpártosodásnak, mert jobban kedvelem a többpártrendszer pszichológusként viszont azt igyekeztem bizonyítani, hogy a 2002-es tavaszi országgyűlési választások pontosan olyanok voltak, mint mi: magyar választópolgárok és politikusok, olyanok, akiket mindennapi és talán kissé hevülékeny politikai kultúránk is jellemez. Ha szembenézünk – azaz ha megismerjük és feldolgozzuk – a 2002-es kampány és a választások tapasztalatait (s szerény eszközeivel erre tett kísérletet e dolgozat szerzője is), akkor ez mindenképpen a hazai politikai kultúra javára válhat. A kampány politikai célja ugyanis az, hogy tisztán megmutatkozzanak az alternatívák: az ocsú és a búza különválhasson – a piacoló népek pedig megvehessék azt, amire szükségük van.

JEGYZETEK

- 1 A méréseket (a Horn-Orbán televíziós vita videofelvétele alapján) Csigó Péter (2000) végezte.
- 2 A méréseket (a Medgyessy-Orbán televíziós vita videofelvétele alapján) Mészáros Zoltán, az ELTE BTK IV. éves szociológia szakos hallgatója végezte.

IRODALOM

- Atkinson, M. 1995, A tapscsapda. In: Síklaki István (szerk.): *A szóbeli befolyásolás alapjai*. II. köt. ELTE Szociológiai Intézet, Nemzeti Tankönyvkiadó, Bp. 165–195.
- Barlai Róbert é. n., Egyéni hatékonyság. In: Rudas János (szerk.): *Önismereti csoportok*. Animula, 26–34.
- Bruck Gábor 2002, A kampány harc, háború, ütközet. Beszélgetés Bruck Gábor kommunikációs stratégiai szakértővel. Pogonyi Lajos interjúja. *Kritika*, 2: 23–25.
- Csigó Péter 2000, A meggyőzés stratégiái a Horn-Orbán televíziós vitában. In: Lányi Gusztáv (szerk.): *Politikai pszichológiai tanulmányok: IX. Választói magatartás és kampánypsychológia*. MTA PTI Etnoregionális Kutatóközpont, Bp. Munkafüzetek 79. 71–82. old.
- Csizmadia Ervin 2002, A tiszteletre méltó tekintély. *Élet és Irodalom*, június 21. 6. old.
- Goffman, E. é. n. (2001), *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Thalassa Alapítvány, Pólya Kiadó, Bp.
- Heller Mária és Rényi Ágnes 1997, „Magánbűnök és közerkölcsök”. A „köz” és a „magán” ellentéte és a nyilvánosság problémája. In: Szabó Márton (szerk.): *Szövegvalóság. Írások a szimbolikus és diszkurzív politikáról*. Scientia Humana, Bp. 85–98.
- Johnson, D. B., 1999, *A közösségi döntések elmélete*. Osiris Kiadó, Bp.
- Karácsony András 2001, A politikai kommunikáció transzformációja. http://wap.phil-inst.bu/2001_marc/brosura_html/karacsony.htm
- Dr. Kende Péter é. n. (2002), *A Viktor*. KendeArt Kft., Bp.
- Kéri László, 1998, *Tíz év próbaidő*. Helikon Kiadó, Bp.
- Kéri László 2000, *Hatalmi kísérletek*. Helikon Kiadó, Bp.
- Koltai Tamás 2002, Üresség mint realitás és metafora. *Élet és Irodalom*, ápr. 12.

27. old.

Körösenyi András 2001, Parlamentáris vagy „elnöki” kormányzás? Az Orbán-kormány összehasonlító perspektívából. *Századvég. Új folyam* 20. (2001 tavaszi szám)

Körösenyi András 2002, A vezérdemokrácia és az antik orátorok. In: Szabó Máté (szerk.): *Demokrácia politikatudomány a 21. században*. Rejtjel Kiadó, Bp. 54–76.

Lányi Gusztáv 1999, Politikai arculat és kommunikáció. *Pszichoterápia*, 5: 319–330.

Lányi Gusztáv 2001, *Lélek(tan) és politika*. József Műhely Kiadó, Bp.

Lányi Gusztáv 2001a, *Rendszerváltozás és politikai pszichológia*. Rejtjel Kiadó, Bp.

Lányi Gusztáv 2002, (H)arcok. Kampánypsichológiai megfontolások. *Valóság*, 2: 16–23.

Lengyel László 2002, Pohos világ, sovány világ. Kovács Lászlóval és Kuncze Gáborral beszélget Lengyel László. *Mozgó Világ*, 2002, 1: 66–77. old.

Lipset, S. M. 1995, *Homo politicus*. Osiris Kiadó, Bp.

Newman, B. I. 1999, *Politikai marketing*. Bagolyvár Könyvkiadó, Bp.

Newman, B. I. 2000, *A politika tömegmarketingje*. Bagolyvár Könyvkiadó, Bp.

Nyíri Kristóf 1999, Identitáskérdések az elektronikus hálózottság korában. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 1: 19–23.

Nyíri Kristóf 1999a, Az írásbeliségről és néhány új médiumról. In: Békés István és Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó, Bp., 117–128.

Rudas János 1990, *Delfi örökösei*. Gondolat Kiadó, Bp. Suler, J. é. n., *The Psychology of Cyberspace*. www.rider.edu/users/suler/psycybe/psycyber.html

Szabó Márton 1997, *Diszkurzív térben*. Scientia Humana, Bp.

Török Matild 2002, Apró Piroška és családja Medgyessy mögött – avagy kinek az embere a szocialisták miniszterelnök-jelöltje? *Magyar Nemzet*, január 26. 5. old.

Varga Mihály 2002, A Nemzeti elhibázott építésze. *Magyar Hírlap*, márc. 16. 10. old.

Végh Alpár Sándor 2001, Aki mindig lábujjhegyen áll. Mozgástörténeti tanulmány egy miniszterelnök-jelöltre. *Magyar Nemzet, Hétvégi Melléklet*, december 8. 21., 24. old.

